



2019年 中国中老年奶粉行业概览

概览标签：高钙奶粉、含硒奶粉、老龄化、配方化

报告作者：姚朝芳
2019/12

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

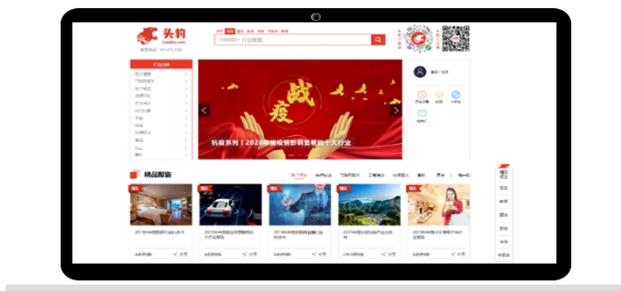
行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，**园区企业孵化服务**

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说



表说



专家说



数说



详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

郭先生：15121067239

李先生：18916233114

概览摘要

在人口老龄化加剧及中老年人健康意识不断提升的背景下，中老年奶粉市场逐渐成为众多乳制品企业布局的重要方向，雀巢、伊利、蒙牛、飞鹤、光明等乳制品行业巨头纷纷布局中老年奶粉市场，推动了中国中老年奶粉行业的快速发展。2014-2018年，中国中老年奶粉行业市场规模（按销售额计）由45.8亿元增长至93.5亿元，年复合增长率为19.5%。未来，在中国人口老龄化程度持续加深及老年人奶粉消费习惯逐渐养成的趋势下，中国老年奶粉行业预计将以15.9%的年复合增长率持续增长，到2023年中国中老年奶粉行业市场规模有望增加至195.8亿元。

◆ 生鲜乳市场价持续走高，加大企业经营压力

根据农业部数据显示，自2018年下半年起，伴随着鲜奶需求持续增加，生鲜乳市场出现供不应求现象，致使生鲜乳价格不断攀升，这一态势在2019年愈加明显。2019年1-10月，中国生鲜乳市场价与去年同期相比，均呈现上涨态势。生鲜乳作为奶源的主要原材料，其价格的持续上涨对于奶粉生产商而言，无疑增加了生产成本，加大企业经营压力，不利于行业的快速发展。

◆ 头部中老年奶粉企业积极向上游原材料行业延伸

蒙牛和伊利通过自建牧场和高比例入股第三方大型牧场的方式掌控了丰富的原奶资源，截至2019年6月底，蒙牛可直接掌控的规模牧场存栏奶牛约40万头，原奶总产能为1,027万吨/年。伊利可直接掌控的规模牧场存栏奶牛约23万头，原奶总产能为1,126万吨/年，可充分满足生产所需。

◆ 主流的中老年奶粉多以高钙为主要卖点

针对中老年人的生理特点和需求，中老年奶粉中需要添加多种微量元素和矿物质等营养元素，以满足消费者需求。从产品市场份额层面分析，现阶段主流的中老年奶粉为高钙奶粉，其市场份额在中老年奶粉市场中的占比约为60%。其次是含硒奶粉，市场份额占比约为10%，改善消化道的益生元奶粉占比约为7.5%。

企业推荐：

多加多乳业、完达山乳业、燎原乳业

目录

◆ 名词解释	-----	06
◆ 中国中老年奶粉行业市场综述	-----	07
• 定义及分类	-----	07
• 发展历程	-----	08
• 发展现状	-----	09
• 产业链分析	-----	10
• 市场规模	-----	16
◆ 中国中老年奶粉行业驱动因素	-----	17
• 人口老龄化加剧	-----	17
• 行业巨头布局	-----	17
◆ 中国中老年奶粉行业制约因素	-----	18
• 行业标准缺失	-----	18
• 市场发展尚未成熟	-----	18
◆ 中国中老年奶粉行业相关政策	-----	19
◆ 中国中老年奶粉行业发展趋势	-----	20
• 老年配方奶粉成为主流趋势	-----	20
• 社区和微信是重要销售渠道	-----	20
◆ 中国中老年奶粉行业投资风险	-----	19
◆ 中国中老年奶粉行业竞争格局	-----	22
◆ 中国中老年奶粉行业投资企业推荐	-----	23
◆ 方法论	-----	29
◆ 法律声明	-----	30

名词解释

- ◆ **多不饱和脂肪酸**：含有两个或两个以上双键且碳链长度为18-22个碳原子的直链脂肪酸。多不饱和脂肪酸是由寒冷地区的水生浮游植物合成，有助于降低心脑血管疾病。
- ◆ **十万级GMP生产车间**：GMP全称为Good Manufacturing Practice，即优良制造标准，是一种特别注重在生产过程中实施对产品质量与卫生安全的自主性管理制度。十万级GMP生产车间的标准为：温度为18℃-28℃，湿度为45%-65%，照度 $\geq 300\text{lx}$ ，沉降菌 ≤ 10 个/皿，浮游菌 ≤ 500 个/立方米，洁净区与非洁净区之间静电差 $>10\text{Pa}$ ，洁净级别不同房间之间静电差 $>5\text{Pa}$ ，尘埃粒子数 ≤ 350 万个/立方米。
- ◆ **双歧杆菌**：是一种革兰氏阳性、不运动、细胞呈杆状、一端有时呈分叉状、严格厌氧的细菌属，广泛存在于人和动物的消化道、阴道和口腔等生物环境中，部分双歧杆菌的菌株可作为益生菌而用于食品、医药和饲料方面。
- ◆ **新老人**：快步入老年的“60后”和“70后”。
- ◆ **扣非净利润**：扣除非经常损益后的净利润，即扣除与企业经营没有关系的一切收入与开支后得到的利润。

中国中老年奶粉行业市场综述——定义及分类

中老年奶粉定义及特点

根据世界卫生组织的年龄划分标准，中老年是人类生命历程中青年之后的阶段，包括中年和老年，其中45-59周岁的人群为中年人，60周岁及以上的人群为老年人。中老年奶粉是根据中老年人（即45周岁以上人群）的生理特点和营养需求，以优质鲜牛奶为主要原料，采用先进的生产工艺和设备精制而成的冲调食品。中老年奶粉通常具有高钙、高铁、高锌、多不饱和脂肪酸、含硒和低脂等特点：

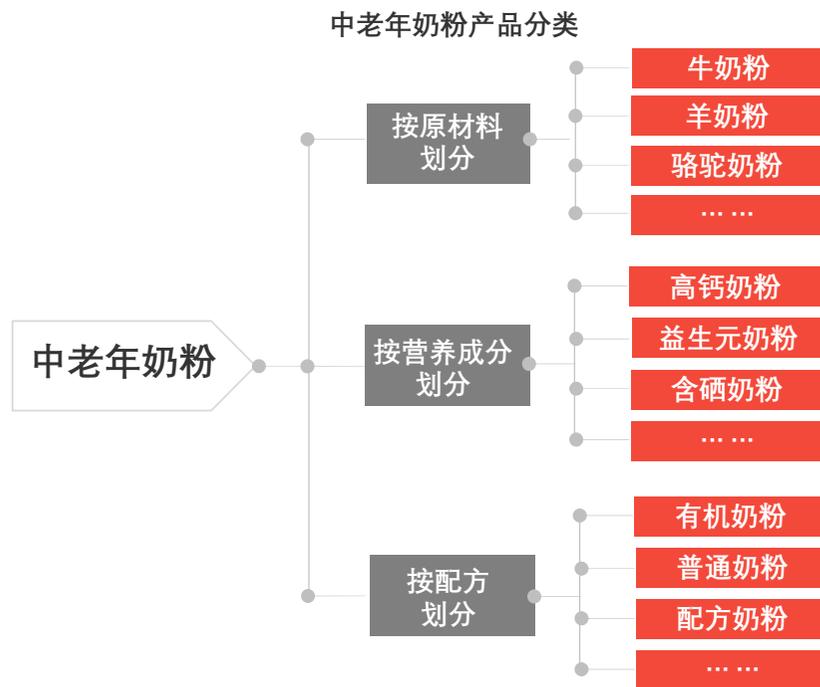
- **高钙**：中老年人体内钙流失加快，需从膳食中增加钙的摄入量。中国营养学会建议，老年人每日钙的摄入量应为1,000-1,500毫克，但仅从日常饮食中较难获取足够的钙。由于奶粉中含有酪蛋白、磷或维生素D等元素，有助于钙的吸收，因此奶粉已成为中老年人摄取钙元素的重要方式之一。
- **高铁**：部分中老年群体存在缺铁性贫血问题，因此铁元素的补充至关重要。中国营养学会建议，人体每日铁的摄入量应为15毫克，但仅从日常饮食中较难获取足量的铁。由于中老年奶粉中含有血红素铁元素，可有助于提高铁的吸收，因此中老年奶粉已成为中老年人摄取铁元素的重要方式之一。
- **高锌**：补充锌可提高身体各项功能、亦可改善食欲。中老年人锌的每日摄入量参考值为11.5毫克，最高每日不可超过37毫克。
- **多不饱和脂肪酸**：高血脂症是中老年人常见的疾病之一，通过在中老年奶粉中添加富含亚麻酸和亚油酸的多不饱和脂肪酸，可起到降血脂的功效，从而有效预防高血脂症的发生。
- **含硒**：过氧化物是导致中老年人身体功能衰退的因素之一，硒是抗氧化剂，通过食用含硒奶粉可帮助中老年人清除堆积在体内的过氧化物。
- **低脂**：中老年人基础代谢率也逐渐下降，体内能量消耗慢，因此中老年奶粉多为低脂肪含量的脱脂奶粉。

来源：中国营养学会，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中老年奶粉分类

- 中国中老年奶粉种类繁多，可按原材料、营养成分和配方等维度进行分类：
- 按原材料划分，中老年奶粉可分为牛奶粉、羊奶粉和骆驼奶粉等
 - 按营养成分划分，中老年奶粉可分为高钙奶粉、益生元奶粉和含硒奶粉等
 - 按配方划分，中老年奶粉可分为有机奶粉、普通奶粉和配方奶粉等



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

中国中老年奶粉行业市场综述——发展历程

中国中老年奶粉行业的发展共经历了探索发展和初步发展两个阶段。与婴幼儿奶粉行业相比，中国中老年奶粉行业起步较晚，兴起于1980年，2010年后开始逐步发展。伴随着中国人口老龄化加剧和中老年人保健意识的增强，近两年中老年营养市场呈现爆发式增长，因此中老年奶粉市场逐渐成为各大乳制品企业布局的重要赛道，中老年奶粉市场规模持续扩大，但整体而言中国中老年奶粉行业仍处于初步发展阶段。

中国中老年奶粉行业发展历程

探索发展阶段 (1980-2009年)

01

- 雀巢是较早涉及中老年奶粉领域的企业之一，1980年，雀巢依托强大的食品与健康研发体系，推出了适合中老年人食用的配方奶粉。作为中老年奶粉的先行企业，雀巢在老年奶粉行业的布局具有引领作用
- 1997年，雀巢开始生产强化维生素C、维生素E和膳食纤维的中老年配方奶粉。同年，伊利推出“伊利欣活中老年奶粉”，该奶粉中添加“植物甾醇”及“ ω -3:6”等元素，可帮助老年人保护心血管系统和肠道健康。伊利中老年奶粉产品的上市意味着中国乳制品企业也开始布局中老年奶粉市场
- 雀巢、伊利等企业相继推出中老年奶粉产品，开启了中老年奶粉在中国的发展。但受居民收入水平和产品认知度等因素影响，此阶段的中老年奶粉产品需求不高，中老年奶粉产品推广受限

- 2010年起，中国中老年奶粉市场逐渐成为各大乳制品企业布局的重要赛道
- 2010年，三元中老年奶粉开始在线上销售，销售额年复合增长率超过30%，尤其在近两年销量上升势头明显
- 2012年1月，伊利中老年奶粉销量较去年同期增长56.2%，呈现大幅上涨态势
- 2016年，雀巢正式推出中老年奶粉品牌“怡养”，公司旗下的中老年奶粉系列也统一升级为“雀巢怡养中老年奶粉”
- 2018年，蒙牛旗下雅士利推出中老年奶粉品牌“悠瑞”，并于2019年8月底升级“悠瑞”品牌形象，定位为成人奶粉中的高端品牌
- 伴随着各大巨头相继布局中老年奶粉市场，消费者对中老年奶粉认知度不断提升，加之中国人口老龄化加剧，中老年奶粉需求不断增加，市场规模持续扩大，但整体而言中国中老年奶粉行业整体仍处于初步发展阶段，行业竞争激烈

02

初步发展阶段 (2010年至今)

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

8

推广

innovation
创新地图 map

前哨 2020 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利



扫码报名

咨询微信: innovationmapSM

电话: 157-1284-6605



王煜全

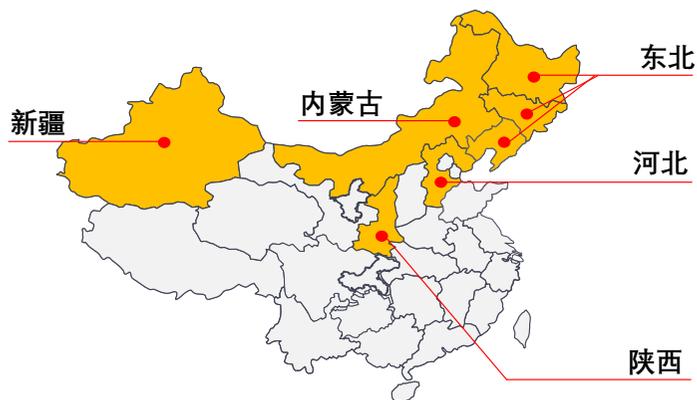
海银资本创始合伙人
Frost&Sullivan, 中国区首席顾问

中国中老年奶粉行业市场综述——市场现状

(1) 行业已形成明显的产业集群

从中老年奶粉生产商分布情况分析，中国中老年奶粉行业生产商主要分布在东北、新疆、内蒙古、河北和陕西等地区，产业集群明显。其中东北、新疆、内蒙古和河北地区分布在世界公认的中温带季风气候优质奶牛饲养带（北纬40°-47°），上述饲养带横贯东北、西北和华北草原带，集中了中国约70%的奶牛和超过60%的原料奶。以上地区由于适宜养殖奶牛，牛奶量大、质量高，故被称为“四大黄金奶源带”。为降低生产运输成本、提升奶粉质量，大部分中老年奶粉企业均选择在奶源附近建立工厂，如伊利、蒙牛等企业均在东北地区开设有工厂。陕西则是中国最大的奶山羊养殖基地、最大的羊乳加工基地，羊乳产业在国际市场具有较高的话语权，在中国有绝对优势。基于上述优势，陕西亦聚集了一大批中老年羊奶粉生产商。

中国中老年奶粉生产商分布情况



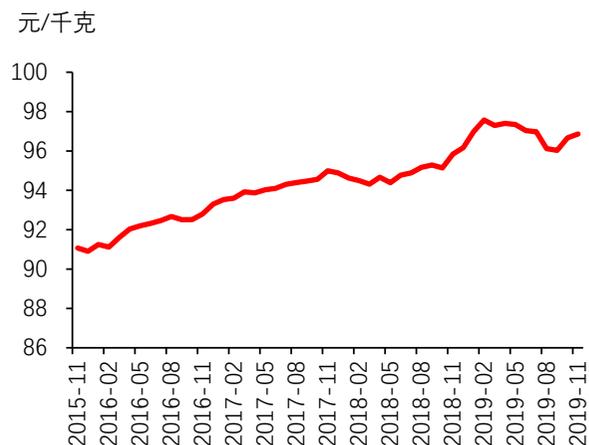
来源：商务部，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

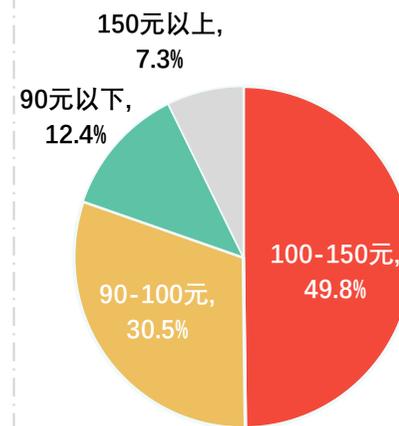
(2) 中老年奶粉零售价持续上升

中老年奶粉零售价整体呈现持续上升趋势。根据商务部数据显示，自2015年11月起，在原奶等原材料价格上涨及人力成本持续上升等因素的影响下，中国中老年奶粉零售价持续呈现增长的态势。具体来看，中老年奶粉价格多分布在90-150元之间。以900g罐装中老年高钙奶粉为例，市场上价格在100-150元的中老年高钙奶粉市场份额占比最高，接近50%，其次是90-100元的中老年高钙奶粉，市场份额占比为30.5%，90元以下和150元以上的中老年高钙奶粉市场份额占比分别为12.4%和7.3%，中老年奶粉消费以**中端消费**为主。

中老年奶粉零售价（现货价），截至2019年11月



中老年奶粉价格分布，2018年
(以900g罐装中老年高钙奶粉为例)



中国中老年奶粉行业市场综述——产业链

中国中老年奶粉行业产业链上游市场参与者为原材料供应商，产业链中游主体为中老年奶粉生产商，产业链下游涉及销售渠道和消费者，中老年奶粉产品主要通过商超、专卖店、药店和电商平台等渠道流向中端消费者。

中国中老年奶粉行业产业链



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业市场综述——产业链上游分析

(1) 原奶

主流奶粉品牌纷纷在新西兰、法国和爱尔兰等地区投资建厂

- 原奶是生产奶粉的核心原材料，原奶成本在中老年奶粉总制造成本的占比多为**50%-60%**。同时，原奶的品质与中老年奶粉品质呈正比关系，奶源产地是决定奶粉品质的关键因素。全球优质牧场多集中于南北纬40°-50°地带，其中南半球黄金奶源带包括澳大利亚南部、新西兰和阿根廷的潘帕斯草原，北半球黄金奶源带包括爱尔兰、荷兰、法国诺曼底、德国北部、蒙古、中国内蒙古、日本北部、美国的明尼苏达州等地区。上述地区出产的高品质奶源占据世界高端乳品市场大部分的市场份额。自2008年三聚氰胺事件爆发后，中国消费者对国产品牌信心下降，对外资品牌奶粉的需求持续呈现上升趋势。基于此背景，中国光明、蒙牛、合生元、伊利、贝因美等主流奶粉品牌纷纷在新西兰、法国和爱尔兰等地区投资建厂，在抢占质优价廉的奶源、降低生产成本的同时，也可通过提供国外奶源的方式可获取中国消费者的信任。

头部中老年奶粉企业积极向上游原材料行业延伸

- 在原奶资源获取上，奶粉生产商主要通过**自建牧场、第三方大型牧场和专业合作社**等方式获取原奶资源。自建牧场投资成本高、投资回报期长，但因质量可控、安全度高，大型奶粉生产商多采用自建牧场的方式获取奶源。此外，**高比例参股**第三方大型牧场也是大型奶粉生产商获取原奶资源的重要方式。以蒙牛和伊利为例，蒙牛和伊利通过自建牧场和高比例入股第三方大型牧场的方式掌控了丰富的原奶资源，截至2019年6月底，蒙牛可直接掌控的规模牧场存栏奶牛约40万头，原奶总产能为1,027万吨/年。伊利可直接掌控的规模牧场存栏奶牛约23万头，原奶总产能为1,126万吨/年，可充分满足生产所需。

来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

蒙牛、伊利在上游牧场布局情况，截至2019年6月底



头豹 400-072-5588

www.leadleo.com

中国中老年奶粉行业市场综述——产业链上游分析

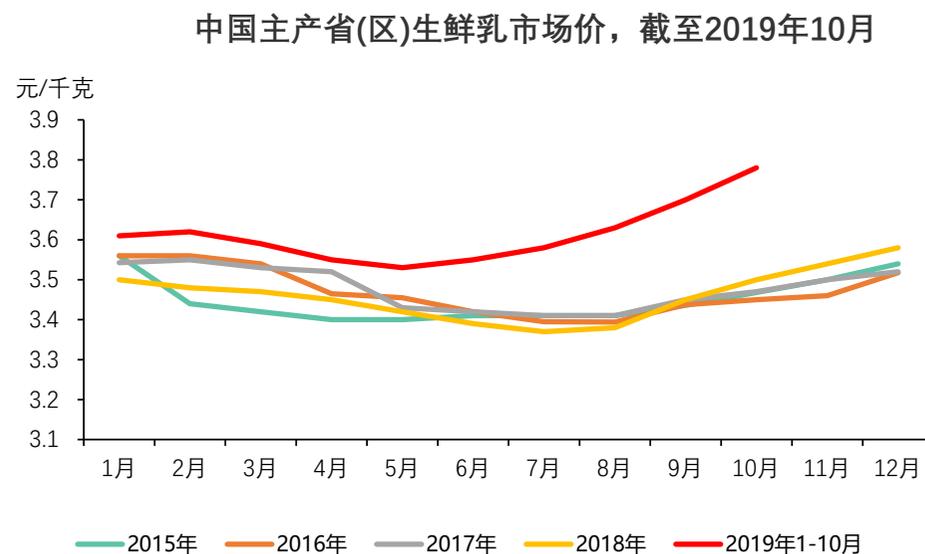
产业链上游概述

(1) 原奶

原奶供给层面，根据国家统计局数据显示，2014年-2018年中国奶类产量稳定在**3,100万吨**或**3,200万吨**左右。同时，2016年12月，农业部、国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、食品药品监管总局联合发布《全国奶业发展规划(2016-2020年)》，提出到2020年奶类产量达到**4,100万吨**的目标。基于政策支持，未来中国奶类产量将会持续上升。



价格层面，根据农业部数据，自2018年下半年起，伴随着原奶需求持续增加，生鲜乳市场出现供不应求现象，致使生鲜乳价格不断攀升，这一态势在2019年愈加明显。2019年1-10月，中国生鲜乳市场价与去年同期相比，均呈现上涨态势。生鲜乳作为奶源的主要原材料，其价格的持续上涨，对于奶粉生产商而言，无疑增加了生产成本，加大企业经营压力，不利于行业的快速发展。



来源：国家统计局，农业部，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业市场综述——产业链上游分析

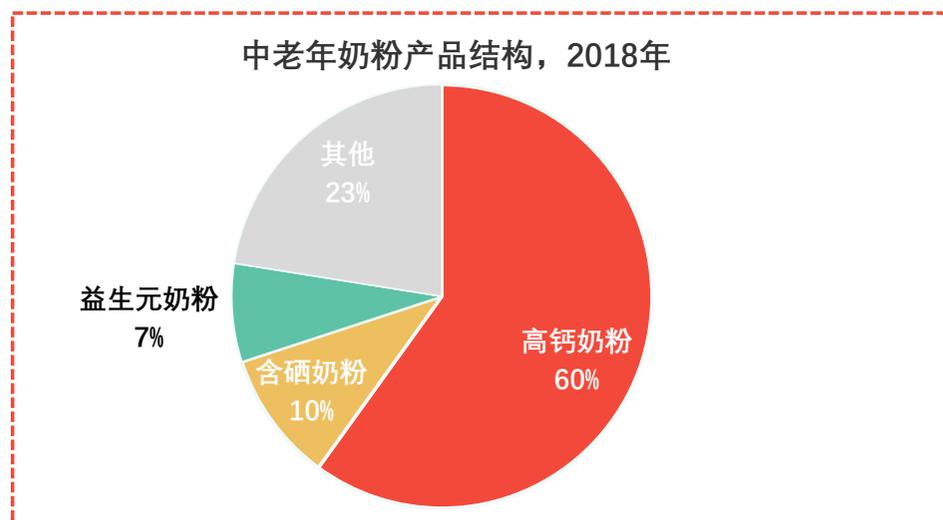
产业链上游概述

(2) 营养元素

营养元素是中老年奶粉的重要组成部分，成本在原材料成本中的占比多在**10%-20%**。伴随着年龄的增长，中老年人体内的营养元素流失速度加快，需要每日补充多种营养以满足身体需求。针对中老年人的生理特点和需求，中老年奶粉中需要添加多种微量元素和矿物质等营养元素，以满足消费者需求。

从产品市场份额层面分析，现阶段主流的中老年奶粉为高钙奶粉，其市场份额在中老年奶粉市场中的占比约为**60%**。其次是含硒奶粉，市场份额占比约为10%，改善消化道的益生元奶粉占比约为7.5%。

从热销产品分析，主流中老年奶粉多以高钙为主要卖点。如雀巢怡养、伊利欣活、蒙牛悠瑞多款奶粉中钙成分的营养素参考值都在100%-160%。而美可卓、安佳等纯进口奶粉由于尚未针对中国老年人体质做专门的研究，因此上述品牌产品钙成分的营养素参考值多在40%以内。



主流中老年奶粉钙含量

品牌	产品名称	钙的营养素参考值
雀巢怡养	雀巢怡养益护因子高钙中老年奶粉	160.0%
伊利欣活	伊利欣活中老年奶粉（均膳益方）	100.0%
蒙牛悠瑞	金装中老年多维高钙奶粉	118.0%
美可卓	Maxigenes美可卓全脂成人奶粉	33.3%
纽仕兰	纽仕兰成人学生中老年高钙全脂奶粉	24.0%
安佳	安佳全脂奶粉袋装学生中老年高钙成人奶粉	37.0%

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业市场综述——产业链中游分析

产业链中游概述

产业链中游主体为中老年奶粉生产商，可分为本土生产商和国际生产商两类。对于本土生产商而言，伊利、蒙牛和飞鹤等企业凭借自身的品牌优势强势布局中来年奶粉市场。对于国际生产商而言，产地为欧美、新西兰等国家的老年奶粉品牌备受中国消费者青睐，代表品牌有雀巢、美可卓、德运和安佳等。从主营业务层面分析，现阶段中老年奶粉行业参与者中尚未出现主营业务单一的中老年奶粉的企业，多为婴幼儿奶粉企业和乳制品企业，且中老年奶粉在企业中多扮演补足生产商产品线的角色。从价格层面分析，与婴幼儿奶粉相比，中老年奶粉价格相对较低，多在30元/400g-50元/400g之间。

中国中老年奶粉主流企业介绍

品牌名称	所属国家	主营业务	明星单品	价格
雀巢	德国	奶粉、巧克力糖果、咖啡、冰淇淋、瓶装饮用水和早餐谷物等	雀巢怡养中老年奶粉	49.9元/400g
美可卓	新西兰	婴幼儿奶粉、成人奶粉	蓝胖子全脂中老年奶粉	129元/1,000g
德运	澳大利亚	奶粉、液态奶、黄油、奶酪和奶油等	德运全脂中老年奶粉	64.9元/1,000g
安佳	新西兰	奶粉、液态奶、黄油、淡奶油和芝士等	安佳全脂中老年奶粉	59.0元/1,000g
伊利	中国	奶粉、液体奶、冷饮、奶酪和酸奶等	伊利欣活中老年奶粉	72.9元/900g
蒙牛		奶粉、液体乳、冷冻饮品、乳饮料和酸奶等	金装中老年多维高钙奶粉	39.8元/400g
飞鹤		婴幼儿奶粉、成人奶粉	成人全脂甜奶粉	50.0元/400g

来源：天猫，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

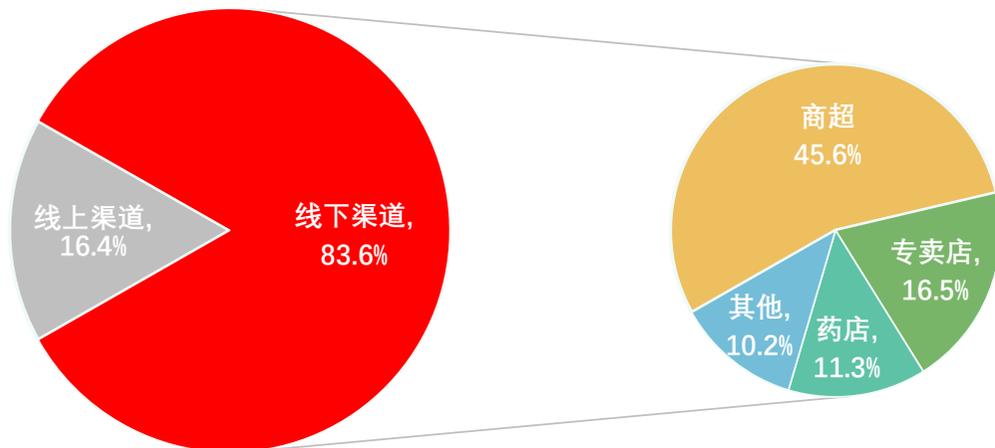
中国中老年奶粉行业市场综述——产业链下游分析

产业链下游概述

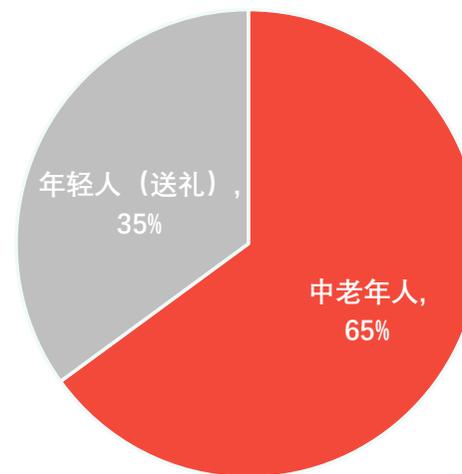
产业链下游涉及销售渠道和消费者，其中销售渠道又可分为线下渠道和线上渠道。现阶段线下渠道仍占据主导地位，市场份额占比为**83.6%**，商超渠道是线下主流的销售渠道，市场份额占比为**45.6%**，其次是专卖店，占比为**16.5%**。

消费者层面，中老年奶粉消费群体主要包括以下两类：（1）中老年人自行购买，该类消费者占比较高，占比约为**65%**；（2）年轻消费者购买，应用场景多为送礼，消费存在明显的周期性波动，如春节、中秋节等传统节日消费高涨，该类消费者占比约为**35%**。为进一步拉近与消费者之间的关系，雀巢、伊利为代表的老年奶粉企业已做出了诸多尝试。2015年，伊利和雀巢均冠名赞助举办广场舞比赛，以此拉近与目标消费群体之间的关系。同时，伊利和雀巢均签约明星代言产品，以扩大自身的影响力。伊利欣活曾签约著名影视明星孙红雷为代言人，同时还邀请年轻偶像王一博作为“爸妈欣生活后援会会长”，以此推动更多子女购买中老年奶粉。雀巢怡养同样为了影响子女辈消费者，邀请体育明星张继科作为品牌代言人。

中老年奶粉销售渠道构成，2018年



中老年奶粉消费者构成，2018年



来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

推广

deansel

改变营销增长格局 布局品牌私域生态

鼎栈—专注品牌私域增长落地的顾问公司



扫码咨询

网站: www.deansel.com

邮箱: info@deansel.com

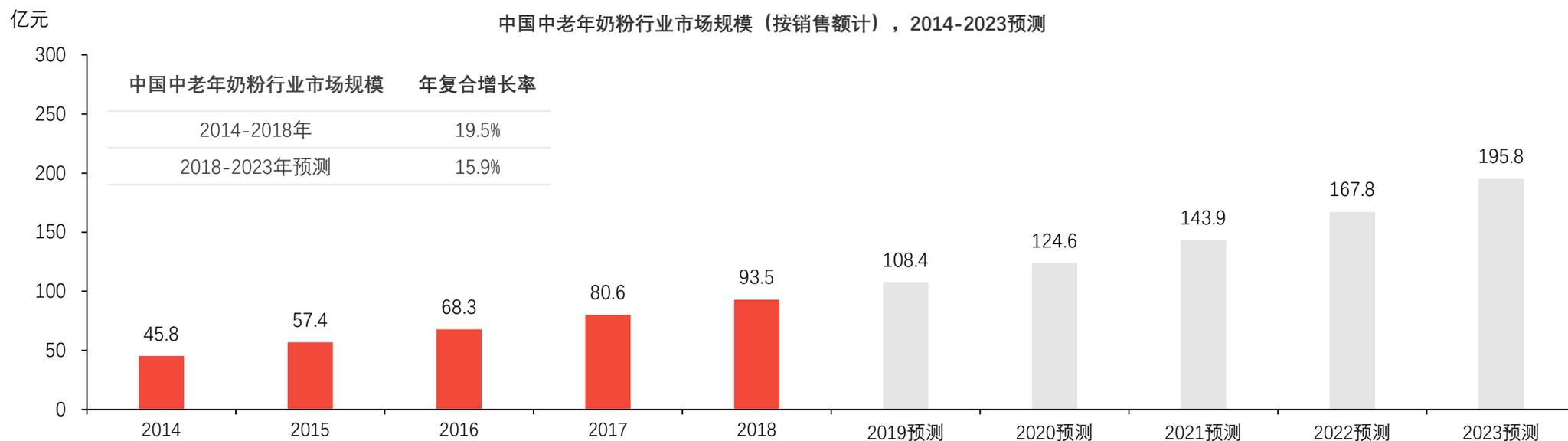
电话: 156-0190-7109

杨永康

鼎栈创始人&CEO

中国中老年奶粉行业市场综述——市场规模

长期以来，乳制品企业主推的产品为婴幼儿奶粉，中老年奶粉通常为非主营产品。伴随着中国出生率的持续下降，婴幼儿奶粉行业发展遭遇困境，部分厂商亏损严重，以贝因美为例，贝因美连续三年营收下降，从2016年的27.6亿元降至2018年的24.9亿元，扣非净利润更是亏损严重，三年分别亏损8.0亿元、11.4亿元和2.2亿元。基于此背景，乳制品企业开始寻求新的增量市场，在人口老龄化加剧及中老年人健康意识不断提升的背景下，中国中老年奶粉市场逐渐成为众多乳制品企业布局的重要方向，推动了中国中老年奶粉行业的快速发展。2014年-2018年，中国中老年奶粉行业市场规模（按销售额计）由45.8亿元增长至93.5亿元，年复合增长率为19.5%。中国中老年奶粉行业市场规模有望以15.9%的速率保持稳定增长，预计到2023年中国中老年奶粉行业的市场规模将达195.8亿元，其驱动因素包括但不限于以下两点：（1）伴随着中国人口老龄化加剧及中老年人健康意识的不断增强，中老年奶粉需求将不断增加，从而促进中老年奶粉行业的发展；（2）雀巢、伊利、蒙牛、飞鹤、光明等奶粉行业巨头纷纷布局中老年奶粉市场，加速中老年奶粉行业的发展。



来源：头豹研究院编辑整理

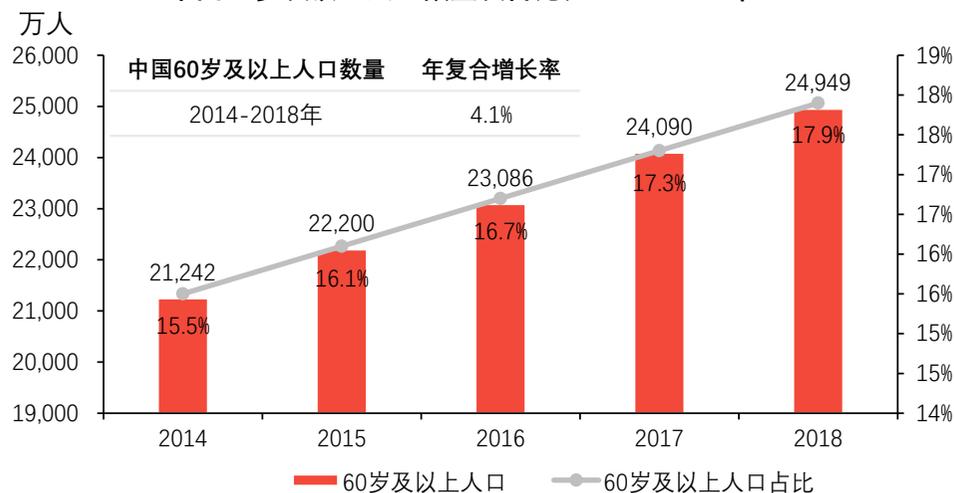
©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业驱动因素——人口老龄化加剧和行业巨头布局

(1) 人口老龄化加剧

中国老龄化加剧为中老年奶粉市场提供了发展契机。根据国家统计局数据显示，2014年-2018年，中国60岁及以上人口数量由21,242万人增加至24,949万人，年复合增长率为4.1%。同时，中国60岁及以上人口占比也逐渐提高，2018年中国60岁及以上人口占比达17.9%，较2014年提升了2.4%，中国正加速步入老龄化社会。受体质下降、消化器官功能衰退等因素影响，中老年人群体需要营养丰富且易于消化的食品，中老年奶粉无疑成为中老年人补充营养、保持健康的优良选择。未来伴随着中国人口老龄化加剧及中老年人健康意识的不断增强，中老年奶粉需求将不断增加，从而促进中老年奶粉行业的发展。

中国60岁及以上人口数量及占比，2014-2018年



来源：国家统计局，企业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

(2) 行业巨头纷纷布局中老年奶粉市场

近年来中老年营养市场规模增速迅猛，中老年奶粉品类逐渐成为各大营养企业入局的首选：（1）2016年，雀巢推出了全新中老年子品牌“雀巢怡养”，原雀巢旗下的中老年奶粉系列也正式升级成“雀巢怡养中老年奶粉”；（2）伊利推出了中老年配方奶粉品牌“欣活”，该款产品是为45岁以上人群定制的专属化配方奶粉；（3）2018年，蒙牛旗下雅士利推出了中老年奶粉品牌“悠瑞”，并于2019年8月底升级“悠瑞”品牌形象，将其定位为成人奶粉高端品牌；（4）飞鹤、完达山、光明等品牌也针对中老年人健康需求推出多款中老年奶粉。雀巢、伊利、蒙牛、飞鹤、光明等乳制品行业巨头纷纷布局中老年奶粉市场，将加速中老年奶粉行业的发展。

雀巢、伊利和蒙牛等企业纷纷布局中老年奶粉市场

企业名称	相关品牌	产品示例
雀巢	雀巢怡养	  健心金装2合1配方 益护因子配方
伊利	欣活	  骨能配方 心活配方
蒙牛	悠瑞	  骨宜中老年奶粉 富硒高钙羊奶粉



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

中国中老年奶粉行业制约因素——行业标准缺失、市场发展尚未成熟

(1) 行业标准缺失，乱象频发

行业标准缺失是阻碍中国中老年奶粉行业发展的重要因素之一。现阶段，中国只有针对婴幼儿奶粉行业制定的国家标准，缺乏针对中老年奶粉的国家标准，大多为企业自行制定的企业标准，导致中老年奶粉行业产品质量问题频发，主要体现在以下两点：（1）营养成分不达标或超标；（2）存在添加剂的成分不合理或超标的现象。行业标准缺失致使中老年奶粉产品监管存在较大障碍，不利于行业的健康发展。同时，若中老年奶粉产品存在质量问题将会对中老年人健康造成严重威胁。中国已逐渐进入老龄化社会，老年人的权益应当受到重视，中国政府应当尽快出台相关标准加强控制和监管，加大抽查力度，以规范中老年奶粉行业的发展及保障中老年人的权益。

中国中老年奶粉抽检不合格事件

时间	来源	事件
2017-06	国家质检总局	以下中老年奶粉因食品添加剂超标、品质不合格和证书不合格被拒绝入境：（1）来自台湾的某知名品牌奶粉超范围使用营养强化剂维生素B2、B6、B12；（2）来自波兰的某品牌全脂奶粉亚硝酸盐超标；（3）某款来自法国的脱脂奶粉被检出活虫；（4）来自澳大利亚某品牌的“40+中老年奶粉”货证不符
2017-04	长沙市开福区食药监局	对辖区内几家大型仓库的储备货物进行抽检,发现一批不合格羊奶粉，主要是三款中老年配方羊奶粉包装上标注有“补肾虚、养心肺、治消渴”等字样。该商品的标签标识存在明示或暗示有治疗作用，涉嫌虚假宣传

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

(2) 市场发展尚不成熟

中老年奶粉对于中国市场而言仍是新兴品类，存在技术、消费认知和企业推广力度不足等问题，阻碍了中国中老年奶粉行业的发展。从营养学和生命科学角度分析，老年食品属于专业食品，但由于国际上相关的研究成果和标准较少，技术不足致使中老年奶粉未能成为专业食品，因此对于大部分消费者而言，成人奶粉并不具备功能性，未能契合消费者的营养需求。其次，中老年消费者对奶粉认识不清晰，也缺乏食用奶粉的习惯，加之各乳制品企业液态奶业务也对中老年奶粉业务有所取代，致使中老年奶粉普及受限。此外，中老年奶粉售价较低，属于低毛利产品，大多数中老年奶粉售价不超过150元，中间利润少，企业缺乏动力进行大力推广。基于以上因素，中国中老年奶粉行业呈现普及度低、接受度低的现状，行业整体尚处于初步发展阶段。

中国中老年奶粉行业存在技术、消费认知和企业推广力度不足等问题



技术不足

- 国际上与中老年奶粉相关的研究成果和标准较少，致使中老年奶粉未能成为专业食品

消费者认知不足

- 中老年消费者对奶粉认识不清晰，也缺乏食用奶粉的习惯
- 液态奶对中老年奶粉形成替代



企业推广力度不足

- 中老年奶粉售价低，属于低毛利产品，企业缺乏动力大力推广



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

20

中国中老年奶粉行业政策及监管分析

为保障老年人营养健康，中国已将老年健康作为重点内容纳入《“十三五”国家老龄事业发展和养老体系建设规划》和《“十三五”健康老龄化规划》等政策中，并在《国民营养计划(2017-2030年)》中明确要求开展老年人群营养改善行动。同时，国家卫生健康委员会和工业和信息化部消费品工业司还分别发布了《食品安全国家标准老年食品通则》(征求意见稿)和《关于促进老年用品产业发展的指导意见》(征求意见稿)等政策，规范和支持包含中老年奶粉在内的老年健康产业发展。

中国中老年奶粉行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于促进老年用品产业发展的指导意见》(征求意见稿)	2019-09	工业和信息化部消费品工业司	到2025年，老年用品产业总体规模超过5万亿元，老年用品产业体系基本建立。其中老年食品领域提出要针对老年人生理特点，发展老年营养补充食品，补充老年人膳食中不易摄入的营养素，提高机体健康水平的发展方向。该政策的发布有利于引导包含中老年奶粉行业在内的老年用品产业高质量发展，培育老年用品产业新增长点和新动能
《食品安全国家标准老年食品通则》(征求意见稿)	2018-09	国家卫生健康委员会	对老年食品的定义和分类做出规范，同时对于各类营养素的添加量及产品标签标识等都做出了规范。这是中国发布的首个老年食品国家标准，对于规范和引导包含中老年奶粉在内的老年食品行业发展意义重大
《国民营养计划(2017-2030年)》	2017-06	国务院	开展老年人群营养改善行动。建立满足不同老年人群需求的营养改善措施，促进“健康老龄化”。开发适合老年人群营养健康需求的食品产品。对低体重高龄老人进行专项营养干预，逐步提高老年人群的整体健康水平。该政策的发布有利于促进中老年奶粉需求的增加，从而推动中老年奶粉行业发展
《“十三五”健康老龄化规划》	2017-03	国家卫计委、国家发改委等13部门	积极发展老年健康产业。结合老年人身心特点，大力提升保健用品、保健食品、老年健身产品等研发制造技术水平，扩大健康服务相关产业规模。该政策的发布有利于提高老年人的健康水平，助力实现健康中国的战略目标，同时也推动了包含中老年奶粉在内的老年健康产业的发展
《“十三五”国家老龄事业发展和养老体系建设规划》	2017-02	国务院	增加老年用品供给。支持老年用品制造业创新发展，采用新工艺、新材料、新技术，促进产品升级换代。丰富适合老年人的食品、药品、服装等供给。该政策的发布有利于提升包含中老年奶粉在内的老年用品品类的丰富度，进一步刺激老年用品市场的发展

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业发展趋势——中老年配方奶粉成为主流趋势

(1) 中老年配方奶粉成为主流趋势

中老年奶粉开始向婴幼儿配方奶粉的模式靠拢，往配方化方向发展。中老年人群的营养状况与疾病紧密相连，中老年人容易诱发高血脂症、高血压、糖尿病、高血糖、肥胖、骨质疏松、失眠健忘等疾病。营养均衡是中老年人身体健康的前提，但同时还应补充特定的营养元素，预防疾病的发生。如补充膳食纤维可预防糖尿病和便秘，补充多不饱和脂肪酸可预防心脑血管疾病，补充蛋白质可预防低蛋白血症，补充维生素E和维生素D具有较强的抗氧化功能、补充维生素D和足量的钙可预防骨质疏松等。因此，配方食品的开发意义重大，尤其是中老年配方奶粉的研发及生产，备受国内外中老年奶粉企业关注。现阶段，雀巢、恒天然、三元、飞鹤、伊利、蒙牛等国内外主流品牌均推出了中老年配方奶粉。可见，配方化是中老年奶粉行业未来产品升级的重要方向，也是中老年配方奶粉企业面对激烈竞争的必然选择。

雀巢、伊利等企业推出中老年配方奶粉



雀巢怡养中老年奶粉（益护因子配方）
活性双歧杆菌+高钙
具有调节免疫、调理肠道内环境等功能



伊利欣活配方奶粉（心活配方）
添加植物甾醇及ω3、ω6组合配方
关注中老年人心脑血管健康

来源：AgeClub，企业官网，头豹研究院编辑整理

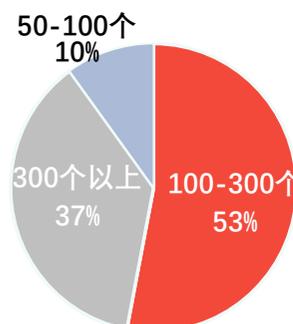
©2019.12 LeadLeo

(2) 社区和微信是重要销售渠道

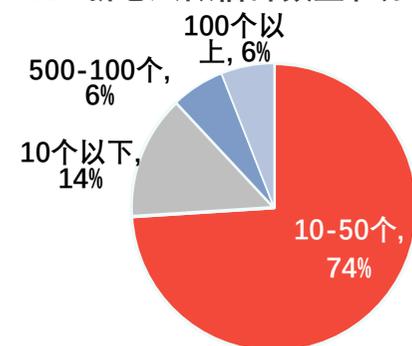
“50后”和“60后”的消费习惯和消费观念与上一代消费者存在较大差异：

(1) 信息获取渠道方面，“50后”和“60后”逐渐由电视向智能手机尤其是微信端转移；(2) 购物渠道方面，“50后”和“60后”从主流的商超向网购、代购和子女购买等多渠道扩散。在中老年人消费渠道多样化的背景下，寻找高效的销售渠道是各大中老年奶粉企业关注的重点，而社区和微信是老年奶粉企业必须重视的两个销售渠道，原因有以下两点：(1) 社区是中老年主要的生活场景之一，中老年人退休以后，大多会参加各种文娱休闲活动，包括老年大学、广场舞、散步健走等，而广场舞和散步健走多在社区内进行；(2) 微信在中老年人的普及率较高，根据AgeClub调研结果显示，90%受访者拥有100个以上好友，86%受访者拥有10个以上微信群，微信已成为中老年人文娱沟通的重要渠道，亦是企业接触中老年人的高效方式。因此，伴随着中老年奶粉行业的发展，社区和微信将逐渐成为中老年奶粉企业布局的重要渠道之一。

50+新老人微信好友数量分布



50+新老人微信群数量和分布



头豹 400-072-5588

www.leadleo.com

中国中老年奶粉行业投资风险

(1) 市场竞争加剧风险

市场对中老年奶粉的需求进入稳步上升阶段，中老年奶粉行业将迎来良好的发展机遇。同时，受新出生人口持续下降、婴幼儿奶粉行业增速放缓等因素影响，更多的乳制品企业开始布局中老年奶粉行业，竞争不断加剧，企业可能会面临市场份额下降、经营业绩下滑和发展速度放缓的风险。

(2) 原材料价格上涨风险

在成人奶粉产品生产过程中，原奶成本在中老年奶粉总制造成本的占比约为50%-60%，因此原奶的价格波动对老年奶粉行业影响较大。2018年下半年至今，由于生鲜乳供不应求，导致市场价格呈现持续上升的态势。未来若该形势未发生转变，生鲜乳价格将持续上升，中老年奶粉生产商的生产成本将进一步增加，从而对经营业绩造成不利影响。

(3) 负面信息风险

自2008年三聚氰胺事件后，中国消费者对奶粉行业的负面报道极其关注。若未来中国奶粉市场再次发生类似三聚氰胺这样的负面事件，将对中老年奶粉行业造成重大的负面影响，或将致使消费者对奶粉产品产生信任危机，导致购买意愿下降。这将对中老年奶粉企业造成不利影响，为企业的生产经营带来风险。

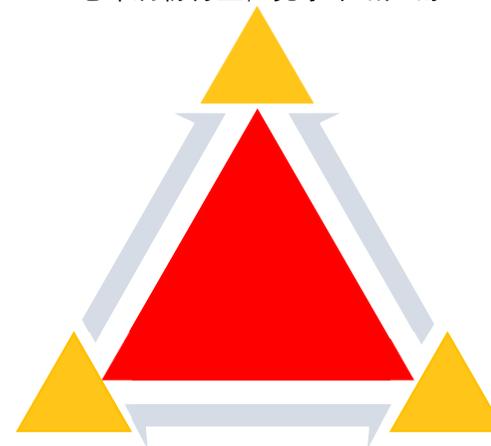
来源：天猫，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业投资风险

市场竞争加剧风险

更多的乳制品企业开始布局中老年奶粉行业，竞争不断加剧



负面信息风险

- 若中国再次发生类似三聚氰胺这样的负面事件，将会导致消费者信心和购买意愿下降

原材料价格上涨风险

- 原奶成本在总制造成本中的占比约为50%-60%，若原材料价格上涨，企业生产成本也会随之增加

中国中老年奶粉行业竞争格局——国际品牌占主导地位

在中国中老年奶粉行业竞争中，国际品牌占主导地位

中国中老年奶粉行业市场参与者可分为**本土生产商**和**国际生产商**两类：

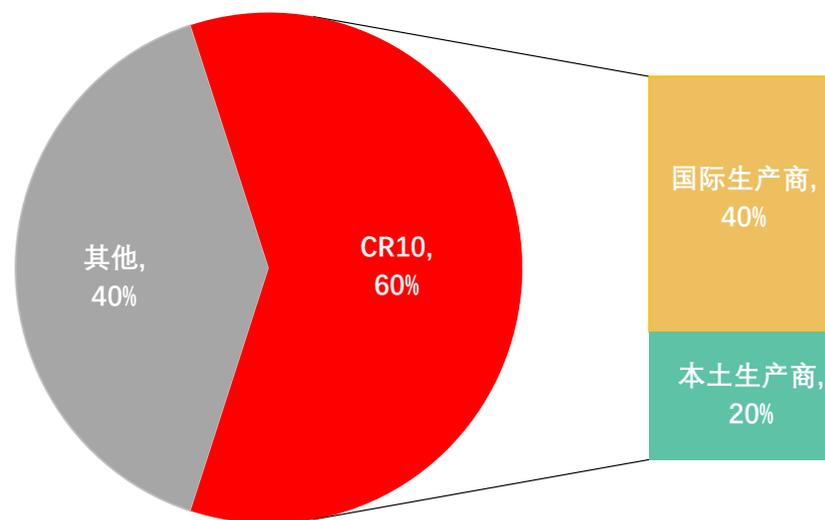
- (1) 本土生产商有伊利、蒙牛、飞鹤等；
- (2) 国际生产商有雀巢、美可卓、德运和安佳等。

根据奶粉市场排名前五的企业专家介绍，现阶段中国中老年奶粉市场份额前十企业占比约为**60%**，其中国际生产商占据着主导地位，占比接近**40%**，雀巢市场份额占比位居首位，中老年奶粉已逐渐成为雀巢奶品业务中的主导单元，远超过学生奶粉和普通成人奶粉。近两年，雀巢中老年奶粉销售额已超过**10亿元**，年复合增长率在**8%**左右，且保持稳定增速增长。本土生产商方面，仅有伊利、蒙牛、飞鹤三家企业的市场份额位于前十，占比为**20%**左右。未来，伴随着本土生产商技术、工艺、营销方式的进一步成熟，及中老年奶粉普及率的不断提升，中国本土生产商市场份额将有望进一步提升，原因如下：

(1) 中老年奶粉未来增量市场主要存在于三四线城市和乡镇市场，而外资品牌主要布局在一二线城市，三四线城市本土品牌在渠道下沉和价格等方面更具优势；

(2) 三四线城市和乡镇市场消费者对外资品牌无偏好，伴随着伊利、蒙牛、飞鹤和合生元等一线奶粉品牌纷纷布局中老年奶粉市场，中国本土品牌中老年奶粉市场份额将逐步提升。

中老年奶粉生产商市场份额占比，2018年



中国中老年奶粉行业投资企业推荐——多加多乳业（1/2）

企业简介

多加多乳业（天津）有限公司（以下简称“多加多乳业”）是一家从事乳制品研发、生产和销售等业务的企业。2001年，多加多乳业成立，并推出“可淇”品牌系列奶粉。2009年，多加多乳业推出“可诺贝儿”品牌系列奶粉。2014年，“可诺贝儿”品牌获得中国“十大羊奶品牌”称号。2017年，多加多乳业京东店正式上线。2018年，多加多乳业推出“安格奇诺”品牌婴幼儿奶粉，并通过国家配方注册制审核。同年，“可诺贝儿”品牌奶粉获得“世界食品品质评鉴大会金奖”，并于2019年再次获得该奖项。经过近20年的发展，多加多乳业已逐渐发展成为一个更加全球化、多元化的企业。

主营产品

多加多乳业旗下拥有“可诺贝儿”、“安格奇诺”和“可淇”等品牌：

（1）“可诺贝儿”品牌主推婴幼儿奶粉，旗下产品包括可诺贝儿婴儿配方羊奶粉、可诺贝儿较大婴儿配方羊奶粉、可诺贝儿婴儿配方羊乳粉、可诺贝儿幼儿配方羊乳粉和考拉米奇纯羊乳粉；

（2）“安格奇诺”品牌主推婴幼儿配方奶粉，旗下产品包括安格奇诺婴幼儿配方奶粉、安格奇诺益生菌儿童配方奶粉、安格奇诺孕产妇配方奶粉；

（3）“可淇”品牌主推成人奶粉，旗下产品包括高钙高铁奶粉、高钙高铁羊奶粉、中老年配方奶粉及中老年配方羊奶粉四款产品。

其中可诺贝儿羊奶粉、考拉米奇纯羊乳粉、安格奇诺奶粉均通过国家注册制认证，可淇品牌旗下成人奶粉远销国内外。

多加多乳业旗下品牌及产品介绍

品牌	相关产品	产品示例	
可诺贝儿	<ul style="list-style-type: none">可诺贝儿婴儿配方羊奶粉可诺贝儿较大婴儿配方羊奶粉可诺贝儿婴儿配方羊乳粉可诺贝儿幼儿配方羊乳粉考拉米奇纯羊乳粉	 可诺贝儿羊奶粉	 考拉米奇纯羊乳粉
安格奇诺	<ul style="list-style-type: none">安格奇诺婴幼儿配方奶粉安格奇诺益生菌儿童配方奶粉安格奇诺孕产妇配方奶粉	 婴儿配方奶粉	 孕妇配方奶粉
可淇	<ul style="list-style-type: none">高钙高铁奶粉高钙高铁羊奶粉中老年配方奶粉中老年配方羊奶粉	 中老年配方羊奶粉	 高钙高铁配方羊奶粉

来源：多加多乳业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业投资企业推荐——多加多乳业（2/2）

战略定位

多加多乳业聚焦于婴幼儿配方奶粉、成人奶粉，力求为中国消费者提供质优安全的好奶粉。多加多乳业的发展愿景是要成为一个更加全球化、多元化的品牌。为实现这一目标，多加多乳业集中集中精力于产品研发，在2018年推出“安格奇诺”婴幼儿配方奶粉，并通过国家婴幼儿配方注册制审核及获得多项国际大奖，2019年全新推出“可淇”品牌系列成人配方奶粉。多加多乳业同时亦坚持产品及技术创新，拥有由多名营养专家组建的产品研发中心，研发适合中国人体质的高品质奶粉。

投资亮点

（1）生产优势

多加多乳业拥有35,000平方米的生产基地、十万级GMP生产车间及全球领先水平的乳制品生产设备和制作工艺。多加多乳业产品采用新西兰进口奶源，选取来自美国知名企业的乳清蛋白粉、美国·丹尼斯克乳双歧杆菌、丹麦·科汉森动物双歧杆菌、美国乳铁蛋白、法国脱盐乳清粉等进口原料，并从原材料质量检测对产品检验出厂全过程实施严格的质量监控体系。

（2）品牌优势

近两年，多加多乳业先后获得多个高含金量的国内外行业荣誉及大奖，如中国乳制品工业协会颁发的“质量金奖”、“世界食品品质评鉴大会金奖”、“中国经济（乳业）十大匠心品牌”等。上述奖项的获得不仅提升了多加多乳业的品牌美誉度，更打响旗下品牌可诺贝儿、安格奇诺和可淇的知名度。

多加多乳业历年荣誉



来源：多加多乳业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业投资企业推荐——完达山乳业（1/2）

企业简介

黑龙江省完达山乳业股份有限公司（以下简称“完达山乳业”）是一家乳制品生产商，主要从事乳制品的生产、加工和销售。1963年，完达山乳业建立了企业首个奶源基地—8511农场奶牛示范场。发展至今，完达山乳业已拥有近60年的乳制品行业经验。现阶段，完达山乳业拥有资产总额达36.8亿元，下辖分、子公司数量达20家，年加工鲜奶能力100余万吨，可生产奶粉、液态奶、米豆制品等，完达山年兑现奶资近20亿元，促使10万余农户受益。完达山乳业销售网络遍及中国，在中国各地区拥有20余万家门店销售完达山产品，带动300多家供应商、2,000多家销售商发展，拉动将近30万人就业。

主营产品

完达山乳业旗下拥有奶粉、液态奶、饮料、豆制品、米麦制品及保健食品等11大系列220个品种。完达山乳业旗下产品先后获得多个高含金量奖项，如安力聪菁采幼儿配方奶粉获“全国食品工业产品创新奖”、安力聪菁采幼儿配方奶粉获“第十六届中国国际农产品交易会参展农产品金奖”，全脂甜奶粉获“绿博会金奖”等。完达山乳业产品依托优良的品质备受消费者青睐，产品销售网络遍及全国，原料粉远销东南亚和非洲等国家和地区。

完达山乳业旗下主营产品介绍

产品名称	示例		产品名称	示例		产品名称	示例	
婴幼儿奶粉			液态奶			豆奶粉		
牛初乳产品			成人粉			米粉		

来源：完达山乳业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业投资企业推荐——完达山乳业（2/2）

战略定位

完达山乳业实行“立足中国，逐渐走向世界”的发展战略。截至2017年，完达山乳品连续7年入围中国“两会”指定的特供乳品。截至2018年，完达山乳业连续8次被国家八部委认定为全国农业产业化重点龙头企业。2018年起，完达山乳业开始走向世界，“完达山60年信任之选”广告登上纽约时代广场纳斯达克大屏。这是完达山乳业站在全球商业高地面向世界的一次发声，充分彰显了自身的品牌形象与力量。

完达山乳业企业发展战略



截至2017年，完达山乳品连续7年入围中国“两会”指定的特供乳品



截至2018年，完达山乳业连续8次被国家八部委认定为全国农业产业化重点龙头企业



2018年起，完达山乳业开始走向世界，“完达山60年信任之选”广告登上纽约时代广场纳斯达克大屏

投资亮点

（1）产品质量优势

为打造高质量安全乳品，完达山全面推行“高标准、严要求”的生产管理模式：①完达山乳业采用国际先进的乳制品加工设备，包括德国基伊埃公司成套婴幼儿配方乳粉加工设备、瑞士INDOSA公司全自动听装冲氮罐装包装机等；②投资2.5亿元建立现代化乳品检测中心和各分公司、子公司检验室，配备国际领先质检设备，对鲜奶、原材料、半成品、成品进行24小时全程跟踪检验，经过18道检验程序，238项次检验；③配有几百台现代化的大型运输货车，以确保所有产品1-7天内安全送达。完达山乳业依托严格的质量管理，持续为消费者提供高品质产品，营造了良好的品牌形象。

（2）奶源优势

奶源产地是决定奶粉品质的最关键因素，完达山乳业拥有世界公认的优质奶牛养殖基地，塑造了企业自身强劲的市场竞争力。完达山乳业自有奶源基地位于北纬42°-47°，处在“世界黄金奶源带”上。同时，完达山乳业奶源基地从386万亩草原牧场中择优选址建设，被国家绿色食品管理中心认定为“绿色食品乳品生产基地”。其中，松北牧场在安达地区承包了24,000余亩天然有机草场，并特设12,000亩土地专门种植有机青贮玉米，坚持按照有机饲养标准饲喂奶牛，执行严格的兽医药管控体系，以实现产品有机化、健康化。

来源：完达山乳业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业投资企业推荐——燎原乳业（1/2）

企业简介

甘肃燎原乳业集团（以下简称“燎原乳业”）成立于1953年，是“一五”期间（1953-1957年）国家轻工业部定点的全国八大乳品企业之一、是西北第一家乳制品“中华老字号”企业。燎原乳业旗下拥有负责产品营销的甘肃燎原乳业有限公司，负责产品生产的甘南藏族自治州燎原乳业有限责任公司和临夏州燎原乳业有限公司，负责生产奶源的甘肃临夏丰源奶牛养殖有限公司和临夏州盛源奶牛养殖有限公司，负责牧草种植的甘肃润源农业科技发展有限公司，发展至今，燎原乳业已发展成为集牧草种植、奶牛养殖与繁育、产品研发、乳制品生产加工、检测检验、营销服务为一体的综合性乳制品企业。

主营产品

燎原乳业主营产品包括燎原牌牦牛奶婴幼儿配方奶粉、幼童配方奶粉、中老年配方奶粉、全脂奶粉和酸奶等近20个系列40多种单品。其中，2018年，燎原乳业研发了适合中国婴幼儿体质的6个系列、18款牦牛奶婴幼儿配方奶粉，并全部通过国家配方注册制审核。

燎原乳业主营产品介绍

产品类型	包含产品系列	产品示例
婴幼儿配方粉	雪赐、诺滋、亚归、伊宝乐、燎原和优比丽等系列产品	 雪赐婴儿配方奶粉 诺滋婴儿配方奶粉 伊宝乐婴儿配方奶粉
成人奶粉	全脂加糖奶粉、全脂奶粉、学生奶粉、幼童奶粉、孕妈妈奶粉和中老年奶粉等系列产品	 高钙高铁配方奶粉 中老年配方奶粉 中老年牦牛配方奶粉

来源：燎原乳业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国中老年奶粉行业投资企业推荐——燎原乳业 (2/2)

战略定位

燎原乳业是中国牦牛乳品的开拓者，多年来燎原乳业始终注重产品质量发展，不断夯实企业自身实力。在发展过程中燎原乳业获得多项荣誉，2017年11月，甘南牦牛奶粉被国家质检总局正式批准为“国家地理标志保护产品”。2018年燎原乳业专为适合中国婴幼儿体质研发的6个系列、18款牦牛奶婴幼儿配方奶粉全部通过国家配方注册制审核。未来，燎原乳业将抓住乳品市场良性发展的机遇，继续抓好产品质量，优化产品结构，不断提升产品竞争力和美誉度，力求成为西北乳品行业在中国和世界的品牌名片。

燎原乳业部分荣誉

中国乳制品工业协会

中乳协[2013]98号
证 明
甘肃燎原乳业集团，位于甘肃省甘南藏族自治州，地处青藏高原的东北部，是我国牦牛乳的主要产地。该企业的前身是地方国营甘南乳制品厂，始建于上世纪五十年代，拥有最早的行业统计资料记载。该企业在1979年即有乳粉生产，1985年开始生产婴幼儿配方奶粉。燎原乳业是中国牦牛乳品的开拓者。
特此证明



中国牦牛乳品的开拓者称号



燎原初牦牛酸奶·乳业市场领鲜品牌

投资亮点

(1) 资源优势

甘南州地处青藏高原东北部地区，平均海拔3,000米，水草丰茂，是亚洲最好的天然牧场之一和中国牦牛主产地之一。牦牛可在高寒、缺氧等严酷恶劣环境生长，且常年以山泉水、优质牧草等为生，因而造就牦牛乳具有高蛋白、高脂肪、高能量、矿物质和维生素含量丰富、氨基酸种类齐全的特点。60多年来，燎原系列乳制品在严格执行国家标准的前提下，采用天然无污染的牦牛乳做为原料，应用专业的科学技术加工而成，营养丰富、安全可靠，备受中国消费者青睐。

(2) 产品优势

燎原乳业先后通过了ISO9001质量管理体系认证，HACCP管理体系认证，GMP认证，诚信管理体系（CMS）认证，检验中心也于2017年2月通过了国家CANS实验室认可，为保证产品质量提供了坚实的基础。此外，燎原乳业产品采用美国劳力乳品机械技术设备进行生产，检测设备也以美国安捷伦设备为主。燎原乳业产品质量稳定，经省、国家质量监督部门通检和抽检，历年合格率均达100%。

来源：燎原乳业，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

方法论

头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。

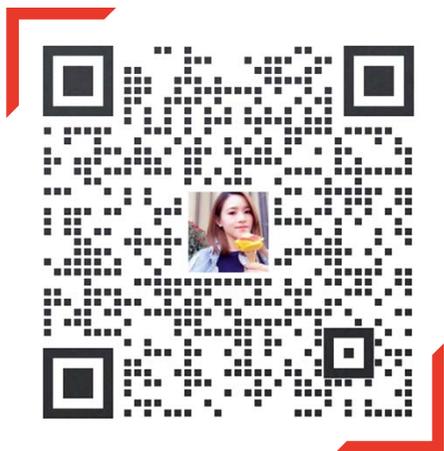
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从婴幼儿奶粉、乳制品等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- ◆ 头豹研究院本次研究于2019年12月完成。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫描二维码
即刻联系你的智能随身专家

©2019.12 LeadLeo

